: https://dx.doi.org/10.22067/jgrd.2021.39329
مقالهٔ پژوهشی- مطالعه موردی

مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال هجدهم، شمارهٔ ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، شمارهٔ پیاپی ۳۵

تحلیل اکتشافی عوامل انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینان صنایع دستی روستایی خراسان جنوبی با رویکرد پدیدارشناسی

الهام تاجریزی (دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، واحد بیرجند. دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران)
etajrizi@yahoo.com
اسدالله زمانی پور (دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، واحد بیرجند. دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران، نویسنده مسئول)
zamanipour1397@yahoo.com
کوروش روستا (دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، واحد بیرجند. دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران)
roosta_kuroush@yahoo.com
جواد میکانیکی (دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران)
javadmikaniki@birjand.ac.ir

صص ۱۱۱ ـ ۸۷

چکیده

یکی از مهمترین زمینه‌هایی که می‌تواند موجبات رسیدن به توسعه روستایی را فراهم آورد کارآفرینی روستایی و توسعه آن در سطح این جوامع می‌باشد. اما توسعهٔ کارآفرینی مستلزم توجه به انگیزه‌های افرادی است که تصمیم به کارآفرینی می‌گیرند. بی‌شک انتخاب مسیر کارآفرینی و به دنبال آن خطر کردن و رویارویی با انواع موانع و مشکلات نیاز به انگیزه‌ها و محرک‌های قوی دارد. مطالعه حاضر با هدف شناسایی عوامل انگیزه‌های کششی و رانشی درک‌شده توسط کارآفرینان صنایع دستی روستایی انجام گردید. جامعهٔ آماری پژوهش حاضر را کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی استان خراسان جنوبی تشکیل می‌دهد که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۲۲ نفر به صورت هدفمند انتخاب شده و داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبهٔ انفرادی نیمه‌ساختارمند و در محدودهٔ زمانی ۹٦/۸/۲۰ تا ۹۷/٤/۲ از آنان جمع‌آوری گردیده است. در نتیجه تجزیه و تحلیل یافته ها با استفاده از روش

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۱۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰

کلایزی، هفت تم اصلی شاملِ مشکلات اشتغال، موانع اجتماعی، بهره‌وری نـامطلوب منابع به عنوان انگیزه‌های رانشی و انگیزه‌های اجتماعی، دستیابی به رشـد اقتصـادی، تسهیلگر اشتغال و ویژگی‌هـای فـردی‌روانشـناختی بـه عنـوان انگیـزه‌هـای کششـی شناسایی شدند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد کـه کارآفرینـان بـومی بـه دلیـل داشتن فاکتور مهم علاقه به زادگـاه و فرهنـگ خـود و جلـوگیری از منسـوخ شـدن صنایع دستی منطقه، علی‌رغـم وجـود امکانـات محـدود در روسـتا و رویـارویی بـا مشکلات متعدد از انگیـزهٔ بـالایی بـرای انجـام فعالیـت‌هـای کارآفرینانـهٔ برخـوردار می‌باشند، لذا پیشنهاد می‌گردد که مسؤولان با توجه ویژه به کارآفرینی صنایع دسـتی در نواحی روستایی از طریق تسهیل شروع کسـب و کـار و اعطـای تسـهیلات ویـژهٔ فعالان این بخش از اشتغال مولّد آنها و حفظ هنر و فرهنگ در ایـن منـاطق حمایـت بیشتری نمایند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، انگیزه های کششی و رانشی، نواحی روستایی، صنایع دستی

۱. مقدمه

نواحی روستایی با اینکه نقش مهم و ویژه‌ای در نظام تولید و اشتغال کشورها دارنـد، امـا در اکثر مناطق جهان از جمله نواحی فقیر در حال فرسایش محسوب شده و قشـر عظیمـی از فقیرترین مردم دنیا در آن زندگی می‌کنند. این مناطق به‌ویژه در کشورهای در حال توسـعه بـه دلیل شرایط خاص اکولوژیکی، اقتصادی‌اجتماعی با معضلاتی چون تهدیدهای اقلیمی- محیط زیستی مانند خشکسالی، سیلاب و ...، مشکلات اقتصـادی‌اجتمـاعی همچـون رکـود، انـزوا و ضعف اقتصادی، بالابودن ناامنی در حوزهٔ فعالیت‌های اقتصادی، بیکاری و فقـدان سـاز و کـار لازم برای جذب سرمایه در محیط روستایی و به‌کارگیری آن در زمینه‌های تولیـدی و در یـک کلام ناامیدی در امر اشتغال روبرو هستند که این امـر خـود موجـب نارضـایتی اکثـر آنـان از زندگی در محیط روستا و سرازیر شدن نیروی جوان روستایی به سمت شهرها گردیـده اسـت (سجاسی قیداری، ۱۳۹۱، ص. ۱۱). در این راستا برنامه‌ریزان، به‌ویژه اقتصاددانان برنامه‌ریـزی روستایی، تشویق روستائیان برای گرایش به فرآیند کـارآفرینی و کسـب و کارهـای جدیـد را مناسب‌ترین راهبرد برای پاسخگویی به چالش‌هـا، بـه‌ویـژه چـالش‌هـای اقتصـادی در منـاطق

روستایی می‌دانند؛ لذا در چند دهۀ اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه مورد توجه قرار گرفته است (چودری[1]، ۲۰۰۷، ص. ۲٤۰). در این میان، توجه به روحیۀ کارآفرینی بین روستاییان از مهم‌ترین راهکار توسعۀ روستایی محسوب می‌شود. یکی از ساز و کارهای اقتصادی مؤثری که در حوزۀ کارآفرینی روستایی می‌تواند زمینۀ توسعۀ پایدار روستایی با تأکید بر حفظ محیط زیست را فراهم آورد، احیا و گسترش صنایع دستی می‌باشد. اینگونه مصنوعات یا مورد استفادۀ شخصی و خانوادگی قرار می‌گیرد یا اینکه به‌عنوان کمک خرج (در کنار درآمد اصلی از کشاورزی) مورد استفاده قرار می‌گیرد. مواد اولیه آن به وفور در مناطق روستایی موجود بوده و نیازمند دانش فوق‌العاده نیست. یکی دیگر از ویژگی‌های مشترکی که در اکثر صنایع دستی یافت می‌شود، این است که روش تولید آن‌ها، با استفاده از ابزار و تجهیزات ساده است و بسیار متفاوت از روش تولید به وسیلۀ پیشینیان نیست (رضوان و عارف، ۲۰۱۱، ص. ۲٥٦). می‌توان به آن به‌عنوان یک منبع درآمد بالقوه که نقش مهمی در ایجاد اشتغال و درآمد گروه‌های کثیری از مردم ایفا می‌کند و جایگاه رفیعی در حفظ هنر، فرهنگ و مهمتر از همه تحقق توسعۀ اقتصادی پایدار روستائی دارد نگریست که این امر خود یکی از اهداف کارآفرینی در محیط روستائی است. علی‌رغم داشتن منابع و استعدادهای سرشار طبیعی و انسانی، با توجه به پایین بودن سطح فناوری کشاورزی در روستاهای استان خراسان جنوبی و بروز مخاطرات عدیدۀ طبیعی همچون خشکسالی‌های پی در پی، بحران منابع آبی و شوری آن، سرمازدگی و در پی آن بروز مشکلات اقتصادی‌اجتماعی همچون رکود، انزوا و ضعف اقتصادی، بیکاری و مهاجرت جوانان روستایی، احیا و حمایت از صنایع دستی و کارآفرینان این حوزه بیش از پیش احساس گردیده و ضرورتی انکارناپذیر است.

با ایجاد کارآفرینی در بخش صنایع دستی روستایی می‌توان علاوه بر شناسایی مزیت‌ها و قوت‌های این بخش به رشد همه‌جانبۀ آن کمک کرد و روستاهای محدودۀ مورد مطالعه را به سمت خلاقیت و کارآفرینی در این زمینه هدایت نمود که در این میان درک عوامل انگیزشی فعالان آن به عنوان نیروی محرک فعالیت کارآفرینانه امری لازم‌الاجراست. انگیزه‌های

---

1. Chowdhury

کارآفرینانه به طور مثبت و معنی‌داری با انتخاب رویکردهای کارآفرینانه ارتباط داشته و افرادی که انگیزه‌های کارآفرینی بالایی دارند، تمایل بیشتری به کارآفرینی دارند (کولین، هانگز و لوک[2]، ۲۰۰٤، ص. ۹۵). در این رابطه کارسرود (۲۰۱۱) اینگونه بیان می‌کند: «انگیزه‌های کارآفرینانه نه تنها بر تمایل به کارآفرینی مؤثراست، بلکه رفتارهای کارآفرینی را نیز تحت تأثیر قرارمی‌دهد» (کارسرود و بران بک[3]، ۲۰۱۱، ص. ۱۱) . فرآیند توسعهٔ کارآفرینی تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی می‌باشد. در این میان انگیزه‌های کارآفرینی می‌تواند اثر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کنندهٔ بسیاری بر فرآیند کارآفرینی داشته باشد و شناخت این نیازها و انگیزه‌ها می‌تواند مراتب تسهیل توسعهٔ کارآفرینی صنایع دستی را فراهم نماید. با اینکه پژوهش‌های گوناگونی در زمینهٔ انگیزه‌های کارآفرینی صورت گرفته، اما تا کنون مطالعه‌ای که به طور خاص کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی را بررسی کرده باشد، انجام نگرفته است. لذا سؤال اصلی تحقیق این است که مهمترین عوامل انگیزشی کششی و رانشی مؤثر در گرایش افراد روستایی به کارآفرینی چیست؟ این تحقیق با تمرکز بر انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینی روستایی در حوزهٔ صنایع دستی، نخستین پژوهشی است که با هدف توصیف انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینان روستایی با رویکردی غیر کشاورزی به بررسی این مطلب می‌پردازد.

۲. پیشینهٔ تحقیق

تا کنون تحقیقات مختلفی در خصوص انگیزه‌های کارآفرینان در شروع کسب و کار انجام شده است، اما مطالعات بسیار محدودی به دسته‌بندی انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینان پرداخته‌اند. برخی از جدیدترین مطالعات انجام‌شدهٔ داخلی و خارجی در این خصوص عبارتند از:

قربانی، کولوبندی، محمدی و سلوکدار (۱۳۹٤) با مطالعه‌ای دربارهٔ تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش انگیزه‌های کششی و رانشی برای کارآفرین شدن، به این نتیجه دست یافتند که استقلال، موفقیت، رضایت

2. Collins, Hanges & Locke
3. Carsrud& Brannback

شغلی، ثروتمند شدن و کنترل بر سرنوشت به ترتیب اولویت مهمترین عوامل کششی انگیزش کارآفرینی؛ و عدم تفاهم با کارفرما، کار طاقت‌فرسا، بیکاری، عدم تناسب شغلی و ناامنی شغلی مهمترین عوامل رانشی انگیزش می‌باشند.

پوررجب میادوآب، آزادمنش و محمدی (۱۳۹۳) با رویکردی جامعه‌شناختی به بررسی انگیزه‌های شروع کسب و کار زنان روستایی پرداخته و به این نکته اشاره دارند که بیکاری اگرچه علت اصلی روی‌آوری به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد، اما دختران و زنان روستایی به دلیل نارضایتی از پایگاه اجتماعیشان و یا مقاومت در برابر فرهنگ مرد سالارانه کسب و کاری را آغاز نموده‌اند.

جهانی و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی انگیزه‌های پرستاران کارآفرین پی به این مطلب بردند که انگیزه‌هایی چون ارتقاء حرفه‌ای، خدمت رسانی به جامعه و دستاوردهای معنوی نقش مهمی در فعالیت کارآفرینانه آنان ایفا می‌کند.

آمیت و مولر[4] (۲۰۱۶) در مقاله خود با عنوان «کارآفرینی کششی و رانشی» اشاره به این مطلب دارند که بر اساس داده‌های ارسال‌شده از شرکت‌های کانادایی، کارآفرینان «کششی» موفق‌تر از «کارآفرینان رانشی» هستند.

آیدنبرگ[5] و همکاران (۲۰۱۵) با بررسی رابطهٔ بین انگیزهٔ کارآفرینی و رشد تجارت‌های کوچک در یکی از فقیرترین کشورهای آفریقایی بیان می‌دارند که سه عامل زمینهٔ خانوادگی، فرصت (انگیزهٔ کششی) و اجبار (انگیزهٔ رانشی) برای رشد تجارت‌های کوچک ضروری است و این مطالعه نشان می‌دهد که انگیزهٔ کارآفرینانه، تمایز واضح بین ضرورت و فرصت نیست، بلکه ترکیب انگیزه‌ها برای ارزیابی رشد تجارت‌های کوچک مهم است.

مطلیب[6] و همکاران (۲۰۱۵) با هدف شناسایی انگیزهٔ کارآفرینی تجارت صنعت آشپزی در کندری اندونزی به بررسی ۲۸۶ واحد تجاری پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن بود که انگیزهٔ کارآفرینانه تأثیر مثبت و مهمی بر عملکرد تجارت صنایع آشپزی در کندری دارد و هرچه انگیزهٔ کارآفرینی بهتر باشد کارایی تجارت نیز بهتر است که در این میان شاخص‌های انگیزهٔ پیشرفت، انگیزه برای دستیابی به رشد اقتصادی،

---

4. Amit & Muller
5. Eijdenberg
6. Muthalib

دستیابی به آرزوها، امیدواری و داشتن استعداد در انجام فعالیت‌های تجاری تأثیر مثبت و مهمی بـر عملکـرد تجاری در صنعت آشپزی دارند.

استفان، هارت و دروز[۷] (۲۰۱۵) با پژوهشی در زمینهٔ درک انگیزه‌هـای کـارآفرینی بـه بررسـی شـواهد پژوهش‌های اخیر پرداختند. بررسی این مطالعات نشان می‌دهد که تنوع در اهمیـت نسـبی انـواع انگیـزه در کشورهای مختلف متفاوت است و همچنین سازگاری معناداری در ابعاد اساسی انگیزه وجود دارد، به ویـژه در مواردی که مطالعات بر مبنای نمونه‌های واقعی مقایسه می‌شود تا ابعاد انگیزهٔ کارآفرینی را ارزیابی کند بـه جای مقایسهٔ برچسب‌هایی که محققان مختلف به این ابعاد داده‌اند. رایج‌ترین ابعاد شـناخته شـده عبارتنـد از: ۱-دستاورد، چالش و یادگیری؛ ۲-استقلال و خودمختاری؛ ۳-امنیت درآمد و موفقیت مالی؛ ٤-شناسـایی وضعیت؛ ۵-خانواده و نقش‌ها؛ ٦-نارضایتی؛ ۷ -جامعه و انگیزه‌های اجتماعی.

اکثر مطالعات انجام‌شده دربارهٔ انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینان در خـارج از کشـور انجـام شـده است. همچنین اکثر مطالعات انجام‌گرفته در این حوزه بیشتر از نوع کمی و با استفاه از ابزار پرسش‌نامـه و بـر پایهٔ انگیزه‌های ارائه‌شده در سایر تحقیقات گذشته بوده است. نکتهٔ قابل توجه دیگر اینکه مطالعه‌ای که به طور خاص انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی را بررسی کرده باشـد، یافـت نشد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

در این مطالعه به منظور توصیف انگیزه‌های کارآفرینانهٔ درک‌شده توسط کارآفرینـان روسـتایی در حـوزهٔ صنایع دستی استان خراسان جنوبی از روش کیفی استفاده گردید که به توضیح بیشتر آن می‌پردازیم.

۳. ۱. روش تحقیق

این پژوهش از دیدگاه پارادایم تحقیق جزو تحقیقات کیفـی محسـوب مـی‌شـود و بـه لحـاظ هـدف، کاربردی است. در این پژوهش از روش پدیدارشناسی و شیوهٔ مصاحبهٔ کیفی بـرای جمـع‌آوری اطلاعـات استفاده شده است. روش تحقیق کیفی برای کسب دیدگاه جدیـد دربـارهٔ یـک وضـعیت آشـنا و یـا بـرای توصیف و تصویر نمودن زمینه‌هایی که قبلاً تحقیق زیادی در مورد آن صورت نگرفته مناسب است (جهانی، عابدی، فلاحی خشکناب وا لهـی، ۱۳۹۳، ص. ٦۹). هـدف پـژوهش پدیدارشناسـی، توصـیف صـریح و

7. Stephan, Hart & Drews

شناسایی پدیده‌هاست، آنگونه که در موقعیتی خـاص از سـوی افـراد ادراک مـی‌شـوند (وانـدر اسـتوپ و جانسون[8]، ۲۰۰۹، ص. ۳). جامعهٔ پژوهش شامل کلیهٔ کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی (٦٥ نفـر) می‌باشد که به عنوان کارآفرین برتر معرفی گردیده‌اند و یا تولیدات خود را به خارج از کشور صادر می‌کنند و حداقل ۳ سال از کسب و کار آنان گذشته و در طی این ۳ سال کسب و کار آنان توسعه یافتـه اسـت. بـرای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه (۲۲ نفر)، از روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و گلولـه برفـی اسـتفاده شـد. داده‌ها از طریق مصاحبهٔ چهره به چهره و نیمه‌ساختارمند (۱۲ نفـر زن، ۱۰ نفـر مـرد) و در محـدودهٔ زمـانی ٩٦/٨/٢٠ تا ٩٧/٤/٢ جمع‌آوری شدنده‌اند و هر مصاحبه بین ٩٠–٤٥ دقیقه به طـول انجامیـده اسـت. سـؤال محوری که از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد این بود که چه انگیزه‌هایی باعث شد تا بـه فکـر کسـب و کـار مستقل در بخش صنایع دستی بیفتند و کار خود را بـه صـورت جـدی آغـاز کننـد؟ بـرای افـزایش عمـق مصاحبه‌ها از سؤالات اکتشافی مانندِ «منظورتان چیست؟» و «بیشتر توضـیح دهیـد و مثـال بزنیـد.» اسـتفاده گردید. کلیهٔ مصاحبه‌ها با رضایت جامعهٔ هدف ضبط گردید و به طور کامل بـر روی کاغـذ پیـاده‌سـازی و نسخه‌برداری گردید.

جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها به طور همزمان پیش رفته و زمانی که تم‌هـا ظـاهر شـده و داده‌هـا اشباع شدند، مصاحبه‌ها به پایان رسید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیـز از روش هفـت مرحلـه‌ای *کلایـزی* استفاده شد (رستمی، گراوندی و زرافشانی، ۱۳۹۰، ص. ٩٤). بر اساس این روش ابتدا بـا خوانـدن دقیـق و مکرر مصاحبه‌ها و توصیف شرکت‌کنندگان سعی شد که با آنها هم‌احساس شده و در مرحلهٔ دوم جمـلات و واژه‌های مهم از متن مصاحبه‌ها استخراج شوند. سپس این معانی استخراج‌شده، مفهـوم‌سـازی و کدبنـدی شدند. در مرحلهٔ بعدی، پس از بازخوانی مکرر کدها، مفاهیم فرموله شده و در درون دسته‌ها و خوشـه‌هـای موضوعی قرار گرفته و تم‌های اصلی به‌دست آمد و در آخر با ترکیب کردن کلیهٔ عقاید استنتاج‌شده بـه درون یک توصیف جامع و کامل از همهٔ جزئیات پدیدهٔ مورد نظر، تم‌های به‌دست‌آمـده در هفـت مفهـوم کلـی و محوری قرار داده شده‌اند. در پایان روایی نتایج پژوهش توسط مشارکت‌کنندگان تأیید شد.

8. Vanderstoep &Johnston

۳. ۲. منطقهٔ مورد مطالعه

منطقهٔ مورد مطالعه (استان خراسان جنوبی) با مساحتی بالغ بر ۱۵۱۱۹۳ کیلومتر مربع بین ۳۰ درجه و ۳۲ دقیقه تا ۳٤ درجه و ۵۰ دقیقه عرض شمالی و ۵۷ دقیقه تا ٦۰ درجه و ۵۷ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است (ماهنامهٔ حامیان، ۱۳۹٤، ص. ١٦). آب و هوای غالب استان «خشک و بیابانی» است که در بخش‌های شمالی سرد و معتدل و در بخش‌های جنوبی گرم و خشک می‌باشد. بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵) جمعیت استان ٧٦٨٨٩٨ نفر است که از این تعداد ٤٥٣٨٢٩ نفر در مناطق شهری و ۳۱۵۰۷۰ در مناطق روستایی سکونت داشته‌اند (سازمان مدیریت و برنامه ریزی خراسان جنوبی، ۱۳۹۵).

٤. مبانی نظری تحقیق

امروزه ایجاد فرهنگ کارآفرینی در هر منطقه‌ای نیازمند شناخت زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و انگیزشی است. انگیزه‌ها به عنوان نیروی اصولی و اساسی که باعث تحریک و هدایت رفتارها می‌گردند (غریبی، ۱۳۹۱، ص. ۱)، نقش سازنده‌ای در تحقق کارآفرینی دارند و می‌توان آن را نیروی محرک فعالیت‌های انسانی و قوهٔ جریان کارآفرینی دانست. به عقیدهٔ پرتی، انگیزه فرآیندیست که کارآفرین را ترغیب می‌کند تا تلاش‌های بیشتری برای دستیابی به اهداف کارآفرینی خود نشان دهد (پرتی[1]، ۲۰۱٦، ص. ۱). در این راستا تحقیقات حوزهٔ کارآفرینی به صورت گسترده انگیزه‌هایی که باعث برانگیختن کارآفرین در آغاز کسب و کاری جدید می‌شوند را تحلیل کرده‌اند. از دیدگاه سنتی شروع کسب وکار اقتصادی دلایل متعددی داشته است؛ اما دیدگاههای اخیر بر این نکته تأکید دارند که انگیزه‌های غیراقتصادی برای اشخاصی که در عرصه کارآفرینی اجتماعی فعالیت می‌کنند محرک عمل است. همچنین این دیدگاه بر این باور است که سبک زندگی کارآفرینان با اهداف و انگیزه‌های آنان معنی پیدا می‌کند و ممکن است به واقع اقتصادی باشد، اما لزوماً هدف به حداکثر رساندن منافع اقتصادی نیست (کارسرود، برانبک، الفینگ و برانـدت[2]، ۲۰۱۷، ص. ۲۰۸). روان شناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به فرد معطوف داشتند. از دیدگاه آنان ویژگی‌های مشخص و منحصر به فرد یک کارآفرین منجر به موفقیت وی می‌شود (بنت و دن[3]، ۲۰۰۰، ص. ۷۸). دیوید

1. preeti
2. Carsrud, Brännback, Elfving & Brandt
3. Bennet&Dann

دیوید مک کللند (روانشناس) بیان می‌دارد که در انسان سه نیازِ کسب موفقیت، کسب قدرت، و ایجاد ارتباط با دیگران وجود دارد. در نتیجه‌گیری صورت‌گرفته توسط وی بیان می‌شود که نیاز به کسب موفقیت (توفیق‌طلبی) در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز می‌کنند بیشتر است. ماینر و همکارانش (۱۹۸۹) نیز نظریهٔ انگیزهٔ کسب و کار را مطرح نمودند. براساس این نظریه، انگیزهٔ توفیق طلبی به پنج الگوی انگیزه‌ای جداگانه تقسیم می‌شوند. توفیق‌طلبی شخصی، ریسک‌پذیری، بازخورد از نتایج، خلاقیت شخصی و برنامه‌ریزی برای آینده. این پنج انگیزهٔ مختلف می‌توانند جایگزین یکدیگر شوند (گلرد، ۱۳۸٦، ص.۲۷۵). در این نظریه عوامل پیش‌برنده و بازدارنده، مؤثر در کسب و کار در نظر گرفته می‌شود. شخص کارآفرین انتظار پاداش مالی، اعتبار اجتماعی و نیز رضایت شخصی دارد. در عین حال تهدید شکست کاری و ورشکستگی را نیز تجربه می‌کند. کانتیلون و مارکس بر این عقیده‌اند که کسب سود انگیزهٔ مهمی برای کارآفرین شدن فرد است، در حالی‌که تمایل به ریسک کردن و داشتن روح ماجراجویی نیز ممکن است انگیزهٔ قوی دیگری باشد. در حالی‌که صاحبنظران دیگر مانند کیرزنر عقیده دارند دستیابی به اطلاعات و دانش روز و تصاحب این امتیازات انگیزه‌ای قوی در کارآفرین شدن فرد هستند. اما شومپیتر معتقد بود محرک کارآفرین ممکن است اقتصادی نباشد، بلکه انگیزه‌هایی مثل آرزوی نوآوری و ایجاد یک محصول جدید می‌تواند انگیزهٔ مهمی در شروع کسب و کار باشد (پوررجب و همکاران، ۱۳۹۳، صص. ٤–٥).

دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) نیز طبقه‌بندی دوگانهٔ کارآفرینان را بر اساس انگیزه‌هایشان به دو صورت کارآفرینانِ فرصت‌گرا و کارآفرینان اجباری بیان کرد؛ کارآفرینان فرصت‌گرا به دلیل تشخیص فرصت، وارد جرگه کارآفرینی می‌شوند و کارآفرینان اجباری کسب و کار را به دلیل نداشتن گزینهٔ شغلی بهتری راه‌اندازی کرده‌اند. (زالی، رضوی، میرزایی، سررشته‌داری، کابلی و معماریانی، ۱۳۹۳، ص. ٦٥). طبقه‌بندی دیده‌بان جهانی مرتبط به رویکرد عوامل کشش (درونی) و رانش (بیرونی) است. انگیزه‌های کششی[1] یا انگیزه‌های مثبت عواملی هستند که نشان از امید فرد برای رسیدن به فردایی بهتر را دارند و باعث می‌شوند فرد با نگرشی مثبت، عشق و علاقه به کارآفرینی بنگرد و آن را عامل موفقیت فردی و اجتماعی بداند (قربانی و همکاران، ۱۳۹٤، صص. ۳–٤). کارآفرینان کششی کسانی هستند که با ایدهٔ جدید، جذب سرمایه‌گذاری خود می‌شوند و فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را به دلیل جذابیت ایده‌های تجاری و پیامدهای

1. Pull Motivation

شخصی آن آغاز می‌کنند (آمیت و مولر[1]، ۲۰۱۳، ص. ٦٤). عوامل کششی «نیروهای جذب» هستند که به عوامل رانشی انگیزش پاسخ می‌دهند (کشفی، ۱۳۹۵، ص. ۳۷). بر خلاف پاداش‌های درونی، پاداش‌های بیرونی یا انگیزه‌های رانشی[2] به چیزی خارج از وجود وی ارتباط دارد (قلی‌پور، خنیفر، پیران‌نژاد، خزاعی و سبک‌رو، ۱۳۸۸، ص. ۱۷). این انگیزه‌ها باعث می‌شود که فرد با نگرش منفی به وضعیت موجود نگریسته و برای فرار از موقعیت جاری، کارآفرینی را عامل موفقیت خود بداند (قربانی و همکاران، ۱۳۹٤، ص. ٤). کارآفرینان رانشی کسانی هستند که نارضایتی آنها از موقعیت‌هایشان به دلایل غیر مرتبط با ویژگی‌های کارآفرینی، آن‌ها را تحریک می‌کند تا سرمایه‌گذاری کنند (آمیت و مولر، ۲۰۱۳، ص. ٦٤). از دیدگاه روان‌شناسان انگیزش درونی در مقایسه با بیرونی، رفتارهای با ثبات‌تر و با دوام‌تری را به دنبال دارد و نیروهای قوی‌تری را برای فعالیت ایجاد می‌کند (شعبانعلی فمی، ۱۳۸۸، ص. ۱۳٦).

۵. یافته‌های تحقیق

در این پژوهش ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان زن و ۱۰ نفر مابقی مرد بوده که از میانگین سنی ۳۱ سال در زمان آغاز فعالیت خود برخوردار بوده‌اند. جوان‌ترین آنها ۲۵ ساله و مسن‌ترین آنها ٤۱ ساله بوده است. مشارکت‌کنندگان بین ۳ تا ۲۳ سال سابقهٔ فعالیت در حیطهٔ کارآفرینی صنایع دستی را داشته و دارای تحصیلات سیکل (۲ نفر)، دیپلم (۷ نفر)، فوق دیپلم (۱ نفر)، لیسانس (۷ نفر)، فوق لیسانس (٤ نفر) و دکتری (۱ نفر) بودند. جامعهٔ آماری این تحقیق شامل زنان و مردان کارآفرین بخش صنایع دستی است که نام برخی از آنان از بانک اطلاعاتی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان خراسان جنوبی اخذ شده است و شامل افرادی می‌باشد که حداقل سه سال از آغاز فعالیت آنها گذشته و در طی این سه سال واحد تولیدی خویش را توسعه داده‌اند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش کلایزی، در ابتدای امر تمامی مکالمه‌های ضبط‌شده به متون نوشتاری تبدیل شدند. سپس کلیهٔ یادداشت‌های میدانی مورد بازبینی مجدد قرار گرفتند. نگارندگان سعی کردند که با مرور مکرر داده‌ها دید کلی نسبت به اطلاعات جمع‌آوری‌شده کسب کنند. در مرحلهٔ بعدی، با استفاده از راهبرد جمله به جمله، عبارت‌های مهم و مرتبط با موضوع پژوهش

1. Amit & Muller
2. Push Motivation

مشخص شدند. نمونه‌ای از شناسایی شواهد از روایت‌های کلامی یکی از مصاحبه‌شونده‌ها که به عنوان کارآفرین برتر انتخاب شده بود، نشان داده شده است (جدول۱):

جدول ۱. شناسایی شواهد از روایت‌های مصاحبهٔ ۲

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

کد مصاحبه	سن	جنسیت	روایت‌ها	شواهد
۲	۵۵	زن	– دوست داشتم در جامعه کار خیری انجام دهم تا خیر و برکت را به دلیل اعتقادات مذهبی که دارم وارد خانواده و زندگیم کنم که نشانه‌های زیادی از آن را نیز دیده‌ام. – اصولاً دوست دارم که خودم را به همه ثابت کنم همه باید بدانند که به عنوان زن قادر به انجام چه کارهایی هستم. کارهایی که حتی مردان قادر به انجام نباشند را انجام می‌دهم. – احساس کردم چیزی ارزشمند در محیط زندگی ما وجود دارد که از آن غافل بوده‌ایم و سال‌هاست که به دست فراموشی سپرده شده است.	– اعتقادات مذهبی – اثبات شایستگی‌های خود و فمینیسم‌گرایی – منسوخ شدن حرفه

فرایند کدگذاری اولیه یا شناسایی شواهد از روایت‌های مصاحبه‌های نگارش‌شده برای ۲۲ مصاحبه انجام شد که نتیجهٔ این مرحله شناسایی ۱۳۲ کد کلیدی بود.

در مرحلهٔ دوم به منظور کدگذاری ثانویه موارد مشابه ادغام و موارد تکراری حذف شدند. عبارت‌های استخراج شده در قالب عبارت‌های معنادار فرموله گردید. در این مرحله ٣٦ معنی فرموله‌شده به‌دست آمد که با دسته‌بندی آنها تم‌های تحقیق که همان انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینی است، شناسایی شدند. این دسته‌بندی بر اساس ماهیت انگیزه‌ها انجام شده است.

در جداول ۲، ۳ و ٤، نحوهٔ شکل‌گیری تم‌های مربوط به انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینی افراد در بخش صنایع دستی روستایی نشان داده شده است.

جدول ۲. نحوهٔ شکل‌گیری تم‌ها

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

تم اصلی	فراوانی	تم فرعی	جوهر جمله	گذاره یا عبارت
انگیزهٔ رانشی	۱۳	مشکلات اشتغال	بیکاری	نبود شرایط کاری در روستا به دلیل خشکسالی، بیکاری فارغ‌التحصیلان روستا، نبود شرایط استخدام دولتی، مهاجرت جوانان
	١٤		درآمد ناکافی	فقر، عدم پشتیبان مالی، نداشتن سرمایه، پس‌انداز کم
	۷		نارضایتی شغلی	عدم رضایت از کارفرما، قدر ندانستن تلاش و کوشش توسط کارفرمای قبلی، ناامنی شغلی، نارضایتی از شغل قبلی، عدم امنیت اقتصادی در شغل قبلی، دستمزد پایین در قبال کار طولانی
	۳	موانع اجتماعی	ناامنی اجتماعی	نگرانی خانواده به‌دلیل فاصله زیاد محل کار تا خانه، نا امنی در محیط کار برای بانوان
	۹		تبعیض جنسیتی	رفع تبعیض جنسیتی، فمینیسم‌گرایی، رفع موانع فرهنگی جامعه علیه بانوان، شناساندن توانایی‌های بانوان
	۸		فشارهای روانی- اجتماعی	القاعات منفی دیگران، تمسخر دیگران
	۱۰		شرایط خانوادگی	بحران خانوادگی، سرپرستی خانوار، نارضایتی از وضعیت زندگی خانواده، تنش خانواده، پایین بودن سطح خانواده (جایگاه اجتماعی)، شرایط سخت کودکی
	۳	بهره وری نامطلوب منابع	تاراج و تخریب	استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی، جلوگیری از به تاراج رفتن منابع طبیعی، حفظ محیط زیست
	۱۱		منسوخ شدن حرفه	فراموش شدن هنر بومی منطقه، عدم شناخت نسل جدید از صنایع دستی منطقه، حفظ ارزش فرهنگی صنایع دستی بومی

جدول ۳. نحوهٔ شکل‌گیری تم‌ها

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

تم اصلی	فروانی	تم فرعی	جوهر جمله	گذاره یا عبارت
انگیزهٔ کششی	۲۰	انگیزه‌های اجتماعی	اشتغال‌زایی	اشتغال خانگی، اشتغال برای خود، اشتغال برای دیگران، اشتغال‌زایی برای زنان سرپرست خانوار، اشتغال‌زایی برای معلولین، بکارگیری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، بکارگیری نیروهای بومی، بکارگیری توانایی‌های بالقوه افراد
	۱۳		خدمت به جامعه	محرومیت‌زدایی از منطقه، مفید بودن برای زادگاه خود و مردم آن، بهبود وضعیت افراد جامعه، کمک به توسعهٔ اقتصادی استان، تولید محصول با شاخص کیفی بالا، ادای دین به روستا
	٦		توسعهٔ روستا	ایجاد فرهنگ کارآفرینی و گسترش آن در روستا، کمک به توسعهٔ روستا، داشتن نقشی در توسعهٔ روستا با تأکید بر تولید صنایع دستی
	۹		حمایت سازمانی	حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های خود اشتغالی، پیشنهاد همکاری با سازمان
	۷		حمایت خانواده و اطرافیان	حمایت و تشویق خانواده، حمایت و تشویق اطرافیان
	۹	دست یابی به رشد اقتصادی	کسب درآمد بیشتر	کسب درآمد و منافع مالی بیشتر، کمک خرج خانواده بودن، فروش بالا و کسب سود بیشتر
	۲		آینده‌نگری اقتصادی	دستیابی به امنیت مالی، تأمین آینده فرزندان، توانایی پس‌انداز بیشتر
	۸		استقلال مالی	کسب استقلال مالی، خود اتکایی مالی
	۱۰	تسهیلگرهای اشتغال	دسترسی به منابع	در دسترس بودن تجهیزات کار، دسترسی آسان به منابع مورد نیاز، وجود منابع طبیعی غنی، وجود افراد توانمند، وجود افراد هنرمند در روستا
	۱۰		انعطاف‌پذیری کاری	رسیدگی به امور خانه، بودن در کنار خانواده و کسب درآمد همزمان
	۱۱		رضایت‌مندی شغلی	رضایت از شرایط کاری، کسب آرامش روحی، رضایت از شغلی که به آن دست یافته

تم اصلی	فروانی	تم فرعی	جوهر جمله	گذاره یا عبارت
	۲		امنیت شغلی	داشتن اختیار امور کاری، عدم ترس از تصمیمات و اقدامات کارفرما
	۷		میراث خانوادگی	موروثی بودن فعالیت‌های هنری در خانواده
	٤		الگوی نقش	وجود سایر کارآفرینان
	٦		تجربهٔ کاری	سابقهٔ کار هنری

جدول ٤. نحوهٔ شکل‌گیری تم‌ها

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

تم اصلی	فروانی	تم فرعی	جوهر جمله	گذاره یا عبارت
انگیزهٔ کششی	۱۵	ویژگی‌های فردی	ایده‌پردازی و نوآوری	ایده‌پردازی، عملی کردن ایده‌های شخصی، علاقه به انجام کارهای جدید، نوآوری در کار، ابتکار عمل و خلاقیت مطابق با سلیقهٔ مشتری
	۵		گروه‌گرایی	تمایل به کار گروهی، انسجام اجتماعی
	۱۱		معنویت‌گرایی	کمک به دیگران، دستیابی به خیر و برکت در زندگی، رساندن خیر به دیگران، بهره‌مندی از دعای خیر دیگران، انجام کار خیر
	۷		مخاطره‌پذیری	نترسیدن از مشکلات و خطرها، یافتن چالش و مبارزه به منظور رفع آنها، علاقه‌مندی به کشیده‌شدن به سوی چالش
	١٤		نیاز به پیشرفت	کسب شهرت، کسب موفقیت، دستیابی به اهداف، کمال‌طلبی، رقابت‌پذیری، پیشگامی، تحقق آرزوهای فردی، به‌دست آوردن موقعیت اجتماعی بیشتر
	۱۳		علاقه	علاقه به هنر، علاقه به زادگاه، جاذبهٔ کار، کسب آرامش روحی، علاقه به کار، زیبایی‌دوستی، علاقه به کار تولیدی
	٤		اعتماد به نفس	خود باوری، اعتماد به نفس
	۱۷		فرصت‌یابی	استفادهٔ بهینه از موقعیت‌های درآمدزا، شناسایی فرصت‌ها و استفاده از پتانسیل منطقه، تبدیل تهدید به فرصت، تلاش برای استفاده از فرصت فراهم

تم اصلی	فروانی	تم فرعی	جوهر جمله	گذاره یا عبارت
				شده، رفع نیاز بازار، نیازهای درمانی
	٤		روابط بین فردی	مدیریت و رهبری دیگران، روابط عمومی بالا، قدرت نفوذ کلام
	۱۱		شایستگی‌های فردی	اثبات توانایی و استعدادهای خود به دیگران، توسعه و بکارگیری توانمندی‌های خود، بروز توانایی و استعدادهای خود
	۱۹		استقلال فردی	استقلال کاری، خود اتکایی، آزادی در تصمیم گیری، کنترل مداری، آزادی در عملی کردن ایده‌های شخصی، استقلال طلبی
	٦		تحصیلات و تخصص	انجام فعالیت متناسب با تحصیلات، تخصص کاری، مطالعهٔ پژوهشی، شرکت در دوره‌های آموزشی

در نتیجهٔ تجزیه و تحلیل یافته‌ها ، هفت تم اصلی شامل موارد زیر طبقه‌بندی شده‌اند: مشکلات اشتغال، موانع اجتماعی، بهره‌وری نامطلوب منابع به عنوان انگیزه‌های رانشی؛ و انگیزه‌های اجتماعی، دستیابی به رشد اقتصادی، تسهیلگر اشتغال و ویژگی‌های فردی‌روانشناختی به عنوان انگیزه‌های رانشی. توضیح این موراد عبارتنداز:

تم اول، مشکلات اشتغال: بر اساس تحلیل یافته‌ها، یکی از انگیزه‌های مطرح شده توسط کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی مشکلات اشتغال شامل بیکاری، درآمد ناکافی و نارضایتی شغلی است. گیتیله، فرانسیس و برتها[1] (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که خود اشتغالی تنها یک راه برون‌رفت از وضعیت بیکاری است. این یافته توسط قربانی و همکاران (۱۳۹٤)، تأیید شده است. با توجه به وضعیت اقتصادی جامعهٔ مورد پژوهش، درآمد ناکافی و بالطبع آن انگیزهٔ کسب درآمد مهمترین عامل برای شروع کسب و کار بوده است. در مطالعهٔ بنزینگ، مانحچو و کارا[2] (۲۰۰۹) کشور ترکیه مشخص شد که در کشورهای با درآمد پائین، درآمدزایی انگیزهٔ مهمی برای کارآفرینان

1. Gitile, Francis & Bertha
2. Benzing, Manh Chu & Kara

است. نارضایتی شغلی نیز از عوامل دیگر ایجاد انگیزه بوده است که محققینی چون استفان و همکارانش (۲۰۱۵) در تحقیقات خود به آن اشاره نموده‌اند.

تم دوم، موانع اجتماعی: تحقیقات نشان می‌دهد انگیزه‌های رانشی کارآفرینی صرفاً مادی و اقتصادی نیست بلکه در برخی از مواقع وجود برخی از موانع اجتماعی و تلاش جهت رفع این موانع باعث بروز فرآیند کارآفرینی در سطح جامعه می‌گردد. بر اساس نتایج این تحقیق موانع اجتماعی برگرفته از عواملی چون ناامنی اجتماعی زنان، دیدگاه‌های تبعیض جنسیتی و فشارهای روانی‌اجتماعی و شرایط خانوادگی می‌باشد. استفان و همکارانش (۲۰۱۵) و پوررجب و همکاران (۱۳۹۳)، نیز در تحقیقات خود به شرایط خانوادگی افراد و نقش آن در کارآفرین‌شدن فرد اشاره نموده‌اند. یکی از مؤلفه‌های به‌دست آمده توسط نگارندگان ناامنی اجتماعی زنان می‌باشد. بحث‌های انجام شده با شرکت‌کنندگان نشان داد که یکی از دلایل روی آوری آنان به فعالیت‌های کارآفرینانه دوری محل کار آنان از محل زندگیشان بوده است که در زمان طی این مسافت، خود و خانواده‌هایشان از بابت مسائل امنیتی نگرانی‌هایی را داشته‌اند، اما با آغاز کار خود در محیط محل سکونتشان آرامش فکری آنان و خانواده‌هایشان بیشتر شده است. دیدگاه‌های تبعیض جنسیتی در مناطق روستایی از جمله مواردی بود که زنان روستایی را برای اثبات توانایی خود از راه فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب و تشویق نموده است و به جای آنکه منفعلانه در انتظار تغییرات باشند، در جهت دگرگونی شرایط به سمتی مثبت کوشیده‌اند. هر چند که اکثر مطالعات صورت‌گرفته، تبعیض جنسیتی را به عنوان مانعی بزرگ برای فعالیت‌های کارآفرینانه قلمداد کرده‌اند، اما در پژوهش‌های آراستی ، کنعانی و سیدقاسمی (۱۳۹۲) و پوررجب و همکاران (۱۳۹۳) و همچنین در پژوهش حاضر، نارضایتی از وجود این دیدگاه و مقاومت در برابر فرهنگ مردسالارانه باعث ایجاد انگیزهٔ انجام فعالیت کارآفرینانه در زنان روستایی گردیده است. فشارهای روانی– اجتماعی مانند القاعات منفی، تمسخر و سرزنش اطرافیان و مبارزه با این فشارها در جهت اثبات توانمندی‌های خود از جمله مواردی بود که مطرح گردید. رستمی و همکارانش (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود این امر را تأیید کرده‌اند.

تم سوم، بهره‌وری نامطلوب منابع: نکتهٔ جالب توجه در این یافته‌ها این است که انگیزهٔ رانشی (یا منفی) با عنوان بهره‌وری نامطلوب منابع، در مطالعات پیشین مربوط به انگیزه‌های

کارآفرینی مشاهده نشده است، در حالی‌که در پژوهش حاضر به عنوان یکی از انگیزه‌های کارآفرینان بخش صنایع دستی روستایی شناسایی شد. شاید توجه ویژه کارآفرینان بخش صنایع دستی به منابع طبیعی و حفظ پتانسیل‌ها و ارزش‌های بومی منطقه ناشی از عدم آگاهی مردم محلی از ارزش مادی و معنوی پتانسیل‌های طبیعی موجود در منطقه و عدم استفادهٔ بهینهٔ مردم روستا از این پتانسیل‌ها جهت بهبود شرایط زندگی خود و جامعه و از بین رفتن ارزش‌ها و میراث فرهنگی‌هنری غنی منطقه و باور کارآفرینان به نقش مؤثر و مثبت خود در بهبود این وضعیت است. ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان اعلام داشتند که منسوخ‌شدن هنر بومی منطقه و تلاش جهت احیاء آن مهمترین دلیل آنان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه بوده است.

تم چهارم، انگیزه‌های اجتماعی:یکی از انگیزه‌های مطرح شده توسط افراد، اشتغال‌زایی برای خود و دیگران است. در مطالعهٔ بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، نیز این مؤلفه تأیید شده است. دیگر نتایج نشان داد که تلاش برای رفع مشکلات و برآورده‌ساختن نیازهای افراد جامعه یکی دیگر از انگیزه‌های کارآفرینان مورد مطالعه است. شاید توجه ویژه کارآفرینان روستایی به جامعهٔ خود و خدمت‌رسانی به مردم آن ناشی از وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستا و حتی پررنگ بودن روحیهٔ تعاون و همیاری در بین جوامع روستایی است که از دیرباز تا کنون، از فرهنگ تعاون و مشارکت در بین روستائیان نشأت‌گرفته است. این افراد تأمین نیازهای اجتماعی و حل مسائل عمومی را بر منفعت و سود شخصی ارجح دانسته و بر تحقق مأموریت‌های اجتماعی تأکید دارند. این نتایج با یافته‌های به‌دست‌آمده توسط استفان و همکاران (۲۰۱۵)، و جهانی و همکاران (۱۳۹۳) مطابقت دارد.

توجه به امر توسعهٔ روستا با تأکید بر صنایع دستی از جمله انگیزه‌های کششی عنوان‌شده توسط افراد بوده است که در هیچ یک از تحقیقات انجام‌شده در زمینهٔ شناسایی عوامل انگیزشی کارآفرینان به آن اشاره نگردیده است و حاصل یافته‌های نگارندگان این پژوهش می‌باشد. حمایت‌های سازمانی، حمایت و تشویق خانواده و اطرافیان، نیز از جمله عوامل انگیزشی مهم و مؤثر در ورود افراد جامعهٔ مورد مطالعه به عرصهٔ کارآفرینی روستایی می‌باشد. در این رابطه گلرد (۱۳۸۶) نیز به بحث حمایت‌های سازمانی پرداخت و محققینی چون استفان و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعات خود به نقش حمایتی خانواده و اطرافیان در ایجاد انگیزهٔ کارآفرینی اشاره داشته‌اند.

تم پنجم، دستیابی به رشد اقتصادی: ۱۹ نفر از کارآفرینان بر این امر تأکید داشتند که کسب درآمد بیشتر، دستیابی به زندگی بهتر و دستیابی به امنیت و موفقیت مالی یکی از مهمترین انگیزه‌های آنان برای ورود به دنیای کسب و کار بوده است. علاوه بر نتایج این پژوهش، مطالعات صورت‌گرفته توسط مطلیب و همکاران (۲۰۱۵)، نیز مبین این مطلب می‌باشد.

تم ششم، تسهیلگر اشتغال: از جمله انگیزه‌های مطرح‌شده توسط کارآفرینان این بخش وجود مؤلفه‌هایی چون دسترسی به منابع، انعطاف‌پذیری کاری، الگوی نقش، تجربهٔ کار، میراث خانوادگی، امنیت شغلی و رضایت شغلی می‌باشد. در این زمینه اکبری، کوچکیان و موحدی (۱۳۸۸) به دسترسی به منابع، آراستی و والی‌نژاد (۱۳۹۰) به انعطاف‌پذیری کاری، استفان و همکاران (۲۰۱۵)، به الگوی نقش، بانک سرمایه‌گذاری بارکلیز[3] (۲۰۰٤)، به کسب رضایت شغلی، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹) به امنیت شغلی، جسوراجان و گاناناداهاس[4] (۲۰۱۱)، به تجربهٔ کار و استفان و همکاران (۲۰۱۵) به نقش میراث خانوادگی در ایجاد انگیزه‌های کسب و کار اشاره نموده‌اند.

تم هفتم، ویژگی‌های فردی‌روانشناختی: ویژگی‌ها و زمینه‌های فردی‌روانشناختی نقش بسیار مهمی را در ایجاد و توسعهٔ کارآفرینی ایفا می‌کنند. بر مبنای نتایج کیفی به‌دست‌آمده از این پژوهش یکی از مهمترین انگیزه‌های افراد برای ایجاد کسب و کار وجود ویژگی‌های فردی و روانشناختی در آنهاست. در زمینهٔ خصلت‌ها و ویژگی‌های تأثیرگذار بر ایجاد کارآفرینی، مطالعات متعددی انجام شده است که یافته‌های این پژوهش را تأیید می‌نمایند. برخی از این مطالعات عبارت‌اند از: استفان و همکارانش (۲۰۱۵) و قربانی و همکاران (۱۳۹٤) که کسب استقلال را در مطالعات خود به منزله انگیزهٔ کارآفرین برشمردند. موطالیب و یولیانتی[5] (۲۰۱۵) استفاده و کشف فرصت‌های کسب و کار (فرصت یابی) را تأیید کردند. توفیق‌طلبی (نیاز به پیشرفت) نیز توسط محققین مانند موطالیب و یولیانتی (۲۰۱۵)، آراستی و والی‌نژاد (۱۳۹۰) و نیز گروه‌گرایی توسط آراستی و والی‌نژاد (۱۳۹۰) بررسی و تأیید شدند. چو و ونگ[6] (۲۰۰٦)، به ایده‌پردازی و نوآوری و ادلاجا[7] و

---

3. Barclay's investment Bank
4. Jesurajan & Gnanadhas
5. Muthalib & Yulianti
6. Choo & Wong
7. Adelaja

همکاران (۲۰۰۷) به نقش مخاطره‌پذیری در ایجاد انگیزهٔ کارآفرینی اشاره نمودند. یکی از انگیزه‌هایی که کارآفرینان را در دنبال کردن کار علی‌رغم وجود مشکلات فراوان یاری نموده است، ابعاد معنوی ارائهٔ خدمات (۱۰ نفر) بود. مطالعات رخمان[۸] (۲۰۱۰)، و جهانی و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان داد که بین معنویت و دین‌داری با کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معنی‌داری وجود دارد. سایر محققین مانند زادباقر صیقلانی و قلی‌پور سلیمانی (۱۳۸۹) تحصیلات و تخصص، سدی و الغزالی[۹] (۲۰۱۲)، کسب شهرت و اعتبار، موطالیب و یولیانتی (۲۰۱۵)، داشتن اعتماد به نفس، دافتی فیلینگان[۱۰] (۲۰۱۰)، حسینی و خسروی لقب (۱۳۹٦)، روابط بین فردی و جسوراجان و گانانادهاس[۱۱] (۲۰۱۱) به انگیزهٔ اثبات شایستگی‌های فردی به منزلهٔ انگیزه‌های کارآفرینی اشاره نموده‌اند. عشق و علاقه فراوان به هنر، جذابیت کارهای هنری و علاقهٔ فراوان به زادگاه از جمله مواردی بود که انگیزهٔ فعالیت‌های کارآفرینی را در جامعهٔ مورد پژوهش تقویت نموده است که در سایر تحقیقات پیشین بسیار کمتر دیده شده است. والر[۱۲] (۲۰۰٦) نیز در تحقیقات خود به مؤلفه علاقه به رشته انتخابی اشاره داشته است.

بر مبنای نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، می‌توان ویژگی‌های فردی را از مؤثرترین عوامل در فرآیند راه‌اندازی و توسعهٔ کسب و کارهای کارآفرینانه دانست.

به طور کلی نتایج پژوهش نشان داد که برخی از کارآفرینان به دلیل مسائلی مانند مشکلات اشتغال، موانع اجتماعی و بهره‌وری نامطلوب منابع، نگرشی منفی به وضعیت موجود داشته و برای فرار از موقعیت جاری، کارآفرینی را عامل موفقیت خود می‌دانند که از آن تحت عنوان انگیزه‌های رانشی یاد می‌شود؛ اما در کنار آن بیشتر کارآفرینان با نگرشی مثبت (انگیزهٔ کششی) و با عشق و علاقه به کارآفرینی نظر می‌افکنند و کارآفرینی را عامل موفقیت فردی و اجتماعی می‌دانند. این افراد عواملی چون انگیزه‌های اجتماعی، دستیابی به رشد اقتصادی، تسهیلگر اشتغال و ویژگی‌های فردی‌روانشناختی خود را به عنوان مهمترین عوامل انگیزشی کارآفرینی در بخش صنایع دستی روستایی می‌دانند.

---

8. Rokhman
9. Sadi & Al-Ghazali
10. Daugherty Phillingane
11. Jesurajan & Gnanadhas
12. Waller

٦. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف شناسایی انگیزه‌های رانشی و کششی کارآفرینان روستایی در بخش صنایع دستی استان خراسان جنوبی انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که تنها محرک‌های مادی برای ورود افراد به کارآفرینی و ادامه فعالیت در این عرصه کافی نبوده و عوامل انگیزشی غیر مادی و والاتری چون ویژگی‌های فردی‌روانشناختی و انگیزه‌های فرهنگی‌اجتماعی برای غلبه بر مشکلات و موانع موجود نقش بسیار مهمی را در شکل‌گیری این فرآیند بر عهده داشته است.

نتایج اولویت‌بندی انگیزه‌ها بر اساس فراوانی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها نشان داد که در بخش انگیزه‌های رانشی به ترتیب مشکلات اشتغال، موانع اجتماعی و بهره‌وری نامطلوب و در بخش انگیزه‌های کششی ویژگی‌های فردی‌روانشناختی، انگیزه‌های اجتماعی، تسهیلگرهای اشتغال و دستیابی به رشد اقتصادی مهمترین دلایلی هستند که توسط کارآفرینان مطرح گردید. این تحقیق، که اولین مطالعه انجام شده در خصوص انگیزه‌های کششی و رانشی کارآفرینی روستایی در بخش صنایع دستی است، علاوه بر باز کردن مدخل جدیدی در این حوزه تحقیقاتی، به افزایش دانش نظری در این حوزه نیز کمک می‌کند. نتایج این تحقیق و تفاوت‌های مشاهده شده در انگیزه‌های کارآفرینان روستایی فرصت‌گرا و اجباری لزوم توجه متفاوت به نیازهای آنان و ترغیبشان به کارآفرینی بر اساس نیازهای شناسایی‌شده را می‌طلبد. امروزه توجه به روحیهٔ کارآفرینی بین روستائیان از مهمترین راهکارهای توسعهٔ روستایی محسوب می‌شود. زیرا برای رشد و توسعهٔ اقتصادی، بقا و تداوم فعالیت‌ها به این افراد نیازمندیم. همانگونه که گفته شد با توجه به موقعیت جغرافیایی استان خراسان جنوبی (گرما و موقعیت بیابانی) و به دلیل سطح پایین فناوری کشاورزی در روستاهای منطقهٔ مورد پژوهش و مخاطرات عدیدهٔ طبیعی همچون خشکسالی‌های پی در پی، بحران منابع آب و شوری آن، مشکلات اقتصادی‌اجتماعی، مهاجرت و بیکاری جوانان حمایت از کارآفرینان و توسعهٔ کارآفرینی روستایی به‌ویژه در بخش صنایع دستی ضرورتی انکارناپذیر است و شناخت انگیزه‌های این افراد و برنامه‌ریزی بر اساس آن می‌تواند مراتب تسهیل توسعهٔ کارآفرینی صنایع دستی را فراهم کند. علاوه بر آن از یافته‌های این پژوهش می‌توان جهت آشنایی جوانان هنرمند و تحصیل‌کرده روستا به‌ویژه زنان، دختران و دنشجویان هنر، با انگیزه‌های

کارآفرینان روستایی و تقویت گرایش آنان به کارآفرینی در حوزهٔ صنایع دستی روستایی استفاده نمود. بر این اساس و با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

- توجه بیشتر به امر توسعه و آموزش فرهنگ کارآفرینی با برگزاری جشنواره‌های مختص کارآفرینان صنایع دستی روستایی در محیط روستا به منظور معرفی الگوهای موفق و بهره‌مندی از تجارب آنها و ارائهٔ جوایز به کارآفرینان در قالب برخورداری از تسهیلات ویژه نهادهای حمایتی؛
- ترویج و ارتقاء فرهنگ تولید و استفاده از صنایع دستی توسط مسؤولین و برنامه‌ریزان به منظور ایجاد زمینهٔ اشتغال، ترغیب و افزایش انگیزه در بین جوانان جویای کار روستایی با توجه خشکسالی‌های اخیر و روند به افزون مهاجرت؛
- از آنجائی‌که فاکتور علاقه به هنر از مهمترین دلایل انگیزشی افراد برای فعالیت در این بخش عنوان گردیده است، پیشنهاد می‌گردد با برگزاری دوره‌های آموزشی توسط کارشناسان هنری فعالیتهای مورد علاقه افراد برای انتخاب حرفه مناسب شناسایی شوند؛
- یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینان بومی به دلیل داشتن فاکتور مهم علاقه به زادگاه، هنر و فرهنگ منطقهٔ خود، علی‌رغم وجود امکانات محدود در روستا و رویارویی با مشکلات متعدد از انگیزهٔ بالایی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه برخوردار می‌باشند، لذا پیشنهاد می‌گردد مسؤولان با توجه ویژه به کارآفرینی صنایع دستی در نواحی روستایی از طریق تسهیل شروع کسب و کار و اعطای تسهیلات ویژهٔ فعالان این بخش در قالب اعطای تسهیلات بانکی با بهرهٔ پایین و باز پرداخت طولانی از اشتغال مولد آنها و حفظ هنر و فرهنگ در این مناطق حمایت بیشتری نمایند؛
- از آنجائیکه که عواملی مانند بیکاری، درآمد ناکافی (انگیزه‌های رانشی) و دستیابی به رشد اقتصادی (انگیزه‌های کششی) دارای اهمیت ویژه‌ای در گرایش افراد به فعالیت‌های کارآفرینانه است، لذا پیشنهاد می‌گردد فعالیت کارآفرینی قبل از شروع از لحاظ اقتصادی توجیه شود و فعالیت‌هایی را که از درآمدزایی بالایی برخوردارند به

افراد معرفی و از این طریق در آنان برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه ایجـاد انگیـزه نمود؛

- نتایج نشان داد که ویژگی‌های فردی‌روانشناختی نقشی بسیار مهم در ایجاد انگیزهٔ افراد برای گرایش به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه دارد؛ لذا پیشنهاد می‌گردد بر پرورش و باروری این عوامل از همان کودکی توسط خانواده‌ها و به‌خصوص سیسـتم آموزشـی مانور بیشتری داده شود.

کتاب‌نامه

۱. آراستی، ز.، و والی‌نژاد، م. (۱۳۹۰). نوع‌شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی. *فصلنامهٔ تحقیقات زنان، ۵*(۳)، ۱۲۵-۹۹.

۲. آراستی، ز.، کنعانی، ا.، و سید قاسمی، ن. س. (۱۳۹۲). انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت: شباهت‌ها و تفاوت‌ها. *نشریهٔ زن در توسعه و سیاست، ۱۱*(۱)، ۱۰۰-۸۳

۳. اکبری، ر.، کوچکیان، ح.، و موحدی، ر. (۱۳۸۸). بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی نسبت به اشتغال در بخش کشاورزی (مطالعهٔ موردی: دانشگاه بوعلی‌سینا همدان). *فصلنامهٔ پژوهش‌های کشاورزی، ۲*(٤)، ۱۰۲-۹۱.

٤. پوررجب میاندوآب، پ.، آزادمنش، ش.، و محمدی، م. ر. (۱۳۹۳). نگرشی جامعه‌شناختی به انگیزه‌های شروع کسب و کار در زنان کارآفرین روستایی. *اولین همایش ملی زن و توسعهٔ پایدار روستایی*، ۲۲ مهر، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

۵. جهانی، س.، عابدی، ح. ع.، فلاحی خشکناب، م.، و الهی، ن. (۱۳۹۳). انگیزه‌های کارآفرینانهٔ درک‌شده توسط پرستاران کارآفرین ایرانی: یک مطالعهٔ کیفی. *فصلنامهٔ مدیریت پرستاری، ۲*(۳)، ٧٦-٦٨.

٦. حسینی، ی.، و خسروی‌لقب، ز. (١٣٩٦). شناسایی عوامل مؤثر بر قصد و نیت رهبری و کارآفرینی دانشجویان دختر (مورد مطالعه: دانشجویان رشتهٔ مدیریت دانشگاه‌های دولتی شهر تهران). *فصلنامهٔ زن و جامعه، ۸*(۲)، ٥٦-۳٥.

۷. رستمی، ف.، گراوندی، ش.، و زرافشانی، ک. (۱۳۹۰). پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تأسیس کسب‌وکار (مطالعهٔ موردی: دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه). *فصلنامهٔ توسعهٔ کارآفرینی، ٤*(١٤)، ۱۰۵-۸۷

۸. زادباقر صیقلانی، ف.، و قلی‌پور سلیمانی، ع. (۱۳۸۹). کارآفرینی و انگیزه‌های کارآفرینانه. *اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی*، ۲۷ بهمن، شیراز، ایران.

۹. زالی، م. ر.، رضوی، م.، میرزایی، م.، سررشته‌داری، ل.، و معماریانی، م. م. (۱۳۹۳). *ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی در ایران براساس مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی (نتایج برنامهٔ ۲۰۱٤)*. تهران: مؤسسهٔ کار و تأمین اجتماعی.

۱۰. *سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی خراسان جنوبی. (۱۳۹۵)*. آمارنامه استان خراسان جنوبی ۱۳۹۵. تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، مرکز مدارک علمی و انتشارات.

۱۱. سجاسی قیداری، ح. ا. (۱۳۹۱). *تبیین ظرفیت کارآفرینی در مناطق روستایی (مطالعهٔ موردی روستاهای دره‌ای اکوتوریستی استان تهران)* (رسالهٔ دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی). دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران، ایران.

۱۲. شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۸۸). *اصول ترویج و آموزش کشاورزی* (چاپ پنجم). تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

۱۳. غریبی، ا. (۱۳۹۱). *اولویت‌بندی عوامل انگیزشی رانشی و کششی مؤثر بر انتخاب شهر شیراز به‌عنوان یک مقصد گردشگری از منظر گردشگران داخلی* (پایان‌نامهٔ منتشرنشدهٔ کارشناسی‌ارشد مدیریت). دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۱٤. قلی‌پور، آ.، خنیفر، ح.، پیران‌نژاد، ع.، خزاعی، ع.، و سبک‌رو، م. (۱۳۸۸). تبیین انگیزش به‌عنوان جوهرهٔ کارآفرینی دولتی (مطالعهٔ موردی: صنایع نفتی ایران). *فصلنامهٔ توسعهٔ کارآفرینی*، ۲(۵)، ۳۰–۱۱.

۱۵. قربانی، پ.، کولوبندی، ع.، محمدی، م.، و سلوکدار، ع. ر. (۱۳۹٤). تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش انگیزه‌های کششی برای کارآفرین‌شدن. *همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گرگان*.

۱٦. قربانی، پرویز؛ کولوبندی، عبدالله؛ محمدی، محمود؛ سلوکدار، علیرضا. (۱۳۹٤). تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش انگیزه‌های رانشی برای کارآفرین شدن. *همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری*، ۲٤ اردیبهشت، گروه آموزش و پژوهش شرکت مهندسی عمران بنای تدبیر با همکاری مرکز آموزش علمی و کاربردی هلال‌احمر استان گلستان، گرگان، ایران.

۱۷. کشفی، م. ا. (۱۳۹۵). *بررسی و اولویت‌بندی عوامل انگیزشی رانشی و کششی در گردشگری مذهبی در شهر مقدس قم* (پایان‌نامهٔ منتشرنشدهٔ کارشناسی‌ارشد مدیریت). دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

۱۸. گلرد، پ. (۱۳۸٦). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کنندهٔ زنان ایرانی در توسعهٔ کسب‌وکار. *فصلنامهٔ پژوهش بازرگانی*، (٤٤)، ۲۹۵–۲۷٦.

۱۹. نبی‌زاده ذولپیرانی، م.، حسینی یکانی، س. ع.، و حیدری کمال‌آبادی، ر. (۱۳۹٤). عوامل مؤثر بر انگیزهٔ کارآفرینی کشاورزی (مطالعهٔ موردی استان گیلان). *فصلنامهٔ کشاورزی و کارآفرینی*، ۲ (۳)، ۱۸–۹.

20. Amit, R., & Muller, E. (1994). Push and pull entrepreneurship. In J. Hornaday, J. Timmons, & K. Vesper (Eds.), *Frontiers in entrepreneurship research* (pp. 137-151). Wellesley: Babson College.
21. Bennet, R., & Dann, S. (2000). The changing experience of Australian femal entrepreneurs . *Gender,Work And Organization* ,*7*(2) , 75-83.
22. Benzing, C., Manh Chu, H., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations,success factors, and problems. *Journal of Small Business Management*, *47*(1), 58-91.
23. Carsrud, A., Brännback, M., Elfving, J., & Brandt, K. (2009). Motivations: The entrepreneurial mind and behavior. In M. Brännback., & A. L. Carsrud (Eds), *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box* (pp. 209-185). New York, NY: Springer
24. Carsrud, A., & Brannback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, *49* (1), 9-26.
25. Choo, S., & Wong, M. (2006). Entrepreneurial intention: Triggers & barriers to new venture creation in Singapore. *Singapore Management Review, 28*(2), 47-64.
26. Chowdhury, M. S. (2007). Overcoming entrepreneurship development constraints: The case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People And Places In the Global Economy*, *1*(3), 240-251.
27. Collins, C., Hanges, P., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Journal of Human Performance*, *17*(1), 95-117.
28. Daugherty Phillingane, E. (2010). *The pathways of successful entrepreneurial women in public relations: Ethics, theoretical models of practice, and motivating factors* (Unpublishehd doctoral dissertation). The Claremont Graduate University, Claremont, California.
29. Adelaja, S., Peterson, C., Beth lake, M., Popelier, C., & Rustem, B. (2007). Enabling innovation in Michigan agriculture: Avaible agriculture. *Journal of East Lansing: MSU Land Policy Institute,* (11), 112-86.
30. Eijdenberg, E. L., Paas, L. J., & Masurel, E. (2015). Entrepreneurial motivation and small business growth in Rwanda. *Journal of Entrepreneurship In Emerging Economies*,*7*(3), 212-240.
31. Gitile, N., Francis, N. W., & Bertha, K. (2008). Entrepreneurial characteristics among micro and small- scale Women owned enterprises in North and Central

Meru districts, Kenya. *Global Imaging Markets Conference at Delhouse*, June 20th to 24th, Nova Scotia, Canada.
32. Jesurajan, S. V., & Gnanadhas, E. (2011). The study on the factors motivating women to become entrepreneurs in Tirunelveli distric. *Asian Journal of Business and Economics, 1*(1.1), 1-14.
33. Muthalib, A., & Yulianti, M. (2015). The Effect of entrepreneurial motivation on business performance in the culinary industrial sector. *The International Journal of Engineering And Science (IJES), 4*(7), 23-30.
34. Preeti. (2016). *Entrepreneurial motivation-meaning, definition, nature and factors.* Retrieved from http://www.simplynotes.in
35. Redzuan, M., & Aref, F. (2011). Constraints and potentials of handicraft industry in underdeveloped region of Malaysia. *African Journal of Business Management, 5*(2), 256-260.
36. Rokhman, W. (2010). The effect of Islamic work ethics on work outcomes. *Electronic Journal of Business Ethics And Organization Studies, 15*(1), 21-27.
37. Sadi, M., & Al-Ghazali, B. (2012). The dynamics of entrepreneurial motivation among women: a coparative study of businesswomen in Saudi Arabia and Bahrain. *Asian Academy of Management Journal, 17*(1), 97–113.
38. Stephan, U., Hart, M., & Drews, C. (2015). *Understanding motivations for entrepreneurship: A review of recent research evidence*. Birmingham: Published By Enterprice Research Centre (ERC).
39. Vanderstoep, S. W., & Johnston, D. D. (2009). *Research method for every day life blending qualitative and quantitative approach*. London: John Wiley and Sons.
40. Waller, B. (2006). Math interest and choice intentions of non-traditional African-American college students. *Journal of Vocational Behavior, 68*(3), 538–547.